



การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
การแปรรูปผลิตภัณฑ์
จักสานจากไม้ไผ่
และการจำหน่าย
ผ่านช่องทางออนไลน์

อาจารย์ณัฐมน ทรัพย์บุญโต
อาจารย์สุริยงค์ ประชาเพ็ญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี , อาจารย์รสริน จอร์นสัน
อาจารย์กนกอร จิตจำนงค์ และอาจารย์กนกพงษ์ ศรีเที่ยง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย



การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่ และการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย



คำนำ

เครื่องจักสานไม้ไผ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่หัตถกรรมที่จะพบได้
ในแหล่งชุมชน ทิวภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งจะเป็น
เครื่องมือเครื่องใช้ของคนในชุมชน โดยสามารถแบ่งออก
เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน กระบุง ตะแกรง คานหาบ กระดัง
เครื่องใช้ที่ รองรับพืชผลทางการเกษตร ตะกร้า เข่ง ใช้บรรจุ
ผักผลไม้ เครื่องมือจับ สัตว์น้ำ ลอบ โข เป็นสิ่งจำเป็นในชีวิต
ประจำวันแทบทุกอย่าง จนพัฒนามาเป็นของฝาก ของที่ระลึก
รวมทั้งเป็นบรรจุภัณฑ์ในสินค้าต่างๆ โดยสามารถ
ทำได้เองหรือหาซื้อได้ในราคาไม่แพงในแต่ละชุมชน

การจักสานในกลุ่มสมาชิกแต่ละครัวเรือนได้มีการเปลี่ยน
แปลงไปเป็น การจัดตั้งกลุ่มจักสานในหมู่บ้าน รับงาน
เครื่องจักสานที่หลากหลาย โดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ ตลาดจะเป็น
ผู้ออกแบบมาให้ แบ่งงานกระจายงานกันทำ เครื่องจักสาน
ไม้ไผ่ จึงกลายเป็นสินค้าส่งออกที่น่าสนใจทั้งในประเทศและ
ต่างประเทศ ทำรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชนที่มีฝีมือใน
การทำเครื่องจักสานไม้ไผ่ได้เป็นอย่างดี

ปัจจุบันเทคโนโลยี ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วทำให้
การติดต่อสื่อสาร การค้าขายเป็นไปอย่างรวดเร็วมากขึ้น
ผู้คนสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็วและ
สะดวกง่ายดาย ทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่สูงขึ้น
การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ และ
การพัฒนาช่องทางการตลาด จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วย
เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจใน
ผลิตภัณฑ์และการบริการเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการทำ
การตลาดออนไลน์ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยหลักในการจัดจำหน่าย
สินค้า ที่จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและได้รับ
ข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัย

ขอขอบคุณสถาบันถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ที่ได้สนับสนุน
ทุนภายใต้โครงการผลักดันการนำเสนองานวิชาการ
สู่การใช้ประโยชน์ ประจำปี 2563 เพื่อพัฒนาชุมชน
และสถานประกอบการ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต
ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาชุมชนให้มีความมั่นคง
สามารถพึ่งพาตนเองได้

คณะผู้จัดทำ





สารบัญ

บทที่ 1	01
หลักการและแนวคิดของ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์	
บทที่ 2	05
การประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีการสื่อสาร ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการขายผ่าน ช่องทางตลาดออนไลน์	
บทที่ 3	15
การจักสานไม้ไผ่	
บทที่ 4	23
การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และปรับปรุงการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์	





บทที่ 1

หลักการและแนวคิดของ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

บทที่ 1

หลักการและแนวคิดของการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

การเพิ่มมูลค่า (value added, VALUEADD)

การเพิ่มมูลค่า เป็นการอธิบายถึงมูลค่า หรือราคาของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละขั้นตอนของ การผลิต หรือ เป็นผลลัพธ์ที่ได้รับเกินจากสิ่งทีคาด หวังไว้ในตอนต้น การเพิ่มมูลค่า มีตัวแปรเชิง ประจักษ์ 3 ตัว ดังนี้

- 1. การออกแบบผลิตภัณฑ์** เป็นการ ออกแบบลักษณะต่าง ๆ ของ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ให้แตกต่างจาก คู่แข่งขัน และสามารถตอบสนอง ความพึงพอใจของ ลูกค้า (Ernst & Woods, 2011) เป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่า ความพอใจ
- 2. ช่องทางการจัดจำหน่าย** การสร้างความแตกต่าง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด จากสินค้าและ บริการ รวมถึงการนำผลิตภัณฑ์และบริการนั้นเข้าถึง ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้บริโภค ได้รับ ความสะดวก เป็นการปรับปรุงกระบวนการให้บริการ และกระบวนการส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า

3. การเป็นผู้จำหน่าย แพ้ชนะจะเกิดขึ้นมานั้นย่อมมีผู้นำแพ้ชนะ เช่น ดารา บั๊กหรือ แม้กระทั่งวัยรุ่น เป็นต้น แพ้ชนะที่เกิดขึ้นนั้น ส่วนใหญ่ผู้นำแพ้ชนะได้มาจากสภาพแวดล้อมและ สังคมความเป็นอยู่ผสมผสานกับความแปลกใหม่ ตัวอย่างที่มีแพ้ชนะใหม่ๆ ให้เห็นประจำคือ วัยรุ่น ที่ชอบมาชอบบ๊ิงแกวสยามสแคว์ ซึ่งพวกเขาจะดู มีสมัยตลอดเวลา แต่จะเป็นความทันสมัยช่วงสั้นๆ แล้วจะนำมาเปลี่ยนแพ้ชนะไปเรื่อยๆ สมัยนี้มีวิวัฒนาการใหม่ๆ ออกใหม่เรื่อยๆ ถือได้ว่า แพ้ชนะเป็นธุรกิจอีกแบบหนึ่ง ที่ นักลงทุนมองถึง แต่ก็มีความเสี่ยงมากเนื่องจาก การเปลี่ยนแปลง ของแพ้ชนะ อยู่ตลอดเวลา ผู้นำแพ้ชนะ ต่างๆ จะลอกเลียนแบบและนำกลับมาปรับปรุงประยุกต์ใหม่เรื่อยๆ

ในยุคนี้ภาคธุรกิจที่ทำหน้าที่ผลิตสินค้าหรือให้บริการนั้น จะคิดเพียงแต่ว่าจะต้องผลิตสินค้าให้ได้ปริมาณเยอะๆ ควบคู่ไปกับเรื่องของคุณภาพ หรือภาคธุรกิจบริการจะ

มุ่งเน้นแต่การให้บริการที่ดี สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเพียงอย่างเดียว ก็เห็นที่ว่าจะไม่เพียงพอกับแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้นอย่างมาก การนำเอานวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อให้สินค้าและบริการมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นจึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะทำให้ธุรกิจพัฒนา เติบโตก้าวหน้า พร้อมสำหรับการแข่งขันในตลาดปัจจุบัน และพร้อมที่จะรองรับการต่อยอดพัฒนาธุรกิจให้เติบโตต่อไปในอนาคตได้

วิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างได้ในหลายทาง เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการผลิต ซึ่งบางครั้งต้องกระทำไปพร้อมๆ กันเพื่อให้ผลสำเร็จสุดท้าย คือการได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี "คุณค่าเพิ่ม" สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวิธีการ ดังนี้

1.1 การเพิ่มคุณค่าจะต้องพิจารณาจากความต้องการ และนิสัยของผู้บริโภคเป็นหลักโดยต้องศึกษาทำความเข้าใจว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติอย่างไรในการบริโภคผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นๆ ทั้งด้านกายภาพและด้านอารมณ์ ความรู้สึก ปัจจุบันนี้บางที่ ที่ให้ผู้บริโภคเลือกหรือไม่เลือกสิ่งใดเพื่อการดำรงชีวิต เมื่อศึกษาข้อมูลครบถ้วนจนเข้าใจผู้บริโภค จึงจะพิจารณาโอกาสต่างๆที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

1.2 การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการ แนวคิด (Concept) เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในการบริหารธุรกิจเชิงกลยุทธ์ ทั้งนี้ต้องมีความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจพื้นฐานเรื่องของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์และบริการของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร และต้องใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) และความคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking) ในการสร้างสรรค์แนวคิดที่แตกต่างและโดดเด่น



1.3 การพิจารณาวัตถุดิบ คัดเลือกวัตถุดิบที่มีเรื่องราวที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การเลือกวัตถุดิบที่เป็นของท้องถิ่น ซึ่งมีเรื่องราวและความแตกต่างที่โดดเด่น และเป็นคุณค่า

1.4 การพิจารณาวิธีการกระบวนการผลิต หรือวิธีการผลิต ที่อาจจะดัดแปลงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น

1.5 การพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่สัมผัสแรก ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาจจะสร้าง มูลค่าเพิ่ม ในเรื่องของความสะดวก การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือความสวยงาม

1.6 การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้กับบริการ เช่น การบริการช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย การบริการจัดส่ง การให้บริการข้อมูลเพิ่มเติม หรือการรับคืนเมื่อไม่พึงพอใจ เป็นต้น

1.7 การสร้างแบรนด์ เป็นประเด็นที่สำคัญที่สุด ในการเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ต้อง ดาเนินควบคู่กัน การสื่อสารแบรนด์ การสร้างแบรนด์เป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ ในภาพรวมเป็นการนำมูลค่าเพิ่ม มาแปลงเป็น คุณค่า เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้

1.8 การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่ม เรื่องการนำผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นการเพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภคในด้านความสะดวก

2. วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการด้วยนวัตกรรม

นวัตกรรม คือ ความคิดหรือการกระทำสิ่งใหม่ ซึ่งถือเป็นแนวคิดเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้เกิดการแข่งขัน สร้างสรรค์ พัฒนาสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้น หรือในบางครั้งก็เป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสิ่งที่มีอยู่เดิมไปอย่างสิ้นเชิง เพื่อทำให้สร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ หรือเพื่อให้สิ่งที่มีอยู่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ภาคธุรกิจและผู้ประกอบการนิยมนำมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ

2.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เป็นการปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้เกิดสินค้าใหม่ หรือเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเดิม อาทิเช่น การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานให้กับสินค้าในการใช้งานปรับเปลี่ยนวิธีการใช้งานให้ง่ายขึ้น ยืดอายุการใช้งานให้ยาวนานกว่าเดิม เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างนำไปสู่การสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุดเพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของสินค้า และยินดีที่จะเสียเงินซื้อสินค้าเหล่านั้น ถึงแม้จะมีราคาสูงขึ้นก็ตาม

2.2 นวัตกรรมบริการ เป็นการปรับปรุงงานบริการเพื่อให้สนองให้ลูกค้าเกิดความพอใจในบริการนั้น ๆ ได้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอทางเลือกของการบริการที่หลากหลาย มีความเหมาะสม อำนวยความสะดวกและทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงคุณค่าของบริการนั้นๆ ซึ่งเครื่องมือที่จะช่วยปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการเดิมให้ดีขึ้น ไปจนถึงการสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ได้เป็นอย่างดีในยุคนี้ก็คือ การนำเอาเทคโนโลยีมามีส่วนร่วมและปรับใช้ในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น

- การสร้างมูลค่าให้กับบริการ โดยการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าสามารถโอน จ่าย ชำระค่าสินค้าและค่าบริการผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งถือเป็นการอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการด้านการเงินของธนาคารได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหรือผ่านทางสมาร์ทโฟนโดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปยังสาขาของศูนย์บริการแต่อย่างใด

- การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น การเพิ่มมูลค่าให้กับหนังสือพิมพ์โดยนำเอานวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเปลี่ยนข้อมูลรูปแบบกระดาษให้อยู่ในรูปแบบเนื้อหาในหน้าเว็บไซต์ หรือแม้กระทั่งแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์เดิมไปอย่างสิ้นเชิง โดยผู้ใช้สามารถเรียกดูหรือเปิดอ่านหนังสือผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เมื่อไหร่ก็ได้ตามที่ต้องการ

ปัจจุบันทุกองค์กรและภาครัฐจึงต้องให้ความสำคัญกับการนำเอานวัตกรรมมาช่วยสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการเกิดการพัฒนาทั้งในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ ตอบโจทย์การใช้งาน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจได้มากที่สุด ซึ่งเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้นวัตกรรมสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ก็คือ การนำเอาเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นองค์ประกอบ



ประโยชน์ของการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันอย่างรุนแรง และพฤติกรรมผู้บริโภค เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นธุรกิจต่างๆ จึงต้องมีการปรับปรุงแนวคิด กลยุทธ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจดังต่อไปนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ที่มากกว่าคู่แข่ง จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ และทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มอาจทำได้ด้วยการเสนอผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการ
2. การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้บริโภคที่ดีที่สุด เพราะทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ธุรกิจมอบให้
3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ทำให้ธุรกิจสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ และทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน



บทที่ 2

การประยุกต์ใช้เครื่องมือ
เทคโนโลยีการสื่อสาร
ในการเพิ่มประสิทธิภาพ
ในการขายผ่านช่อง
การตลาดออนไลน์

บทที่ 2

การประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยี การสื่อสารในการเพิ่มประสิทธิภาพใน การขายผ่านช่องทางตลาดออนไลน์

ความหมายของการตลาดออนไลน์

ตลาดออนไลน์ คือ การทำการตลาดผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้รวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วโลก หรือเฉพาะเจาะจงตาม ความต้องการของลูกค้า แคมเปญการตลาดออนไลน์ ยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ในเรื่องพนักงานขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อ และยัง ทำให้ปริมาณการซื้อ-ขายเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ผู้ขายจะ ต้องศึกษาเรื่องของสินค้าและกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ ชัดเจน เพื่อให้การใช้สื่อประเภทนี้มีประสิทธิภาพ

เป้าหมายหลักในการทำการตลาด

- 1. สร้างการรับรู้** ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักธุรกิจ รู้ว่าขายอะไร ราคาเท่าไร ช่วยตอบสนองความต้องการอย่างไร เป็นต้น
- 2. สร้างการเรียนรู้** ทำให้กลุ่มเป้าหมายเรียนรู้ว่าสินค้า ใช้งานอย่างไร ธุรกิจของเราให้บริการด้านใดบ้าง มี สินค้าหรือบริการจำหน่ายหรือขายผ่านช่องทางใดบ้าง เป็นต้น
- 3. สร้างยอดขาย** เมื่อกลุ่มเป้าหมายรู้จักเรียนรู้ และมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า โอกาสให้บริการสร้างยอดขายซึ่งถือเป็นเป้าหมายของการทำธุรกิจก็จะเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว
- 4. สร้างทัศนคติ** เป็นการสร้างทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า ตัวสินค้า และบริการ

การวิเคราะห์ธุรกิจให้เหมาะสมกับ การทำการตลาดออนไลน์

1. การตลาดออนไลน์สำหรับ ธุรกิจการค้า B2B (Business to Business)

ธุรกิจ B2B หรือการค้ากับธุรกิจต่อธุรกิจนั้น โดยส่วนมากแล้วจะเป็น สินค้า/บริการ ที่มีความเจาะจงกับบริษัทเท่านั้น "การทำการตลาดออนไลน์ ที่เหมาะสำหรับธุรกิจ B2B นั้นจะเหมาะกับการโฆษณา Google เป็นหลัก"

การตลาดออนไลน์ด้วย Google SEO

การทำ Google SEO หรือการขึ้นอันดับ Google แบบธรรมชาติ (ค่อยๆขึ้นหน้า 1 จนถึงอันดับ 1 โดยไม่เสียค่าโฆษณาต่อคลิก) นั้นเหมาะแก่ธุรกิจ B2B เป็นอย่างมาก ด้วยการเปอร์เซ็นต์การคลิกกว่า 70% - 80% ในการค้นหา Google นั้นทำให้ Google SEO เป็นเครื่องมือจำเป็นที่ ยิ่งขึ้นเป็นอย่างมาก การติดอันดับ 1 นั้นทำให้ธุรกิจเรา เหมือนเสือนอนกินที่จะมีลูกค้าค้นหาแล้วเจอเราตลอดเวลา จึงทำให้การตลาดแบบนี้เหมาะแก่ B2B อย่างมาก

การตลาดออนไลน์ด้วย Google ADS

การทำ Google Ads หรือการซื้อโฆษณาที่เสียค่าใช้จ่ายต่อ ครั้งครั้งที่ลูกค้ากด นั้นเป็นเครื่องมือการตลาดที่จะทำให้คุณ ได้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว โดยการโฆษณา Google Ads นั้นจะ ทำให้เว็บไซต์ของเรานั้นขึ้นอันดับต้นๆของการค้นหาทันที เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังมาก ทั้งนี้หากจัดการไม่เชี่ยวชาญนั้น อาจจะเกิดผลเสียโดยการคลิกเกินงบประมาณโฆษณาได้อย่างรวดเร็วมาก



การตลาดออนไลน์ด้วย Google SEO

การทำ Google SEO หรือการขึ้นอันดับ Google แบบธรรมชาติ (ค่อยๆขึ้นหน้า 1 จนถึงอันดับ 1 โดยไม่เสียค่าโฆษณาต่อคลิก) นั้นเหมาะแก่ธุรกิจ B2B เป็นอย่างมาก ด้วยการเปอร์เซ็นต์การคลิกกว่า 70% - 80% ในกรณีค้นหา Google นั้นทำให้ Google SEO เป็นเครื่องมือจำเป็นประการที่ยั่งยืนเป็นอย่างมาก การติดอันดับ 1 นั้นทำให้ธุรกิจเราเหมือนเสือนอนกินที่จะมีลูกค้าค้นหาแล้วเจอเราตลอดเวลา จึงทำให้การตลาดแบบนี้เหมาะแก่ B2B อย่างมาก

การตลาดออนไลน์ด้วย Google ADS

การทำ Google Ads หรือการซื้อโฆษณาที่เสียค่าใช้จ่ายต่อหนึ่งครั้งที่ลูกค้ากด นั้นเป็นเครื่องมือการตลาดที่จะทำให้คุณได้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว โดยการโฆษณา Google Ads นั้นจะทำให้เว็บไซต์ของเรานั้นขึ้นอันดับต้นๆของการค้นหาทันที เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังมาก ทั้งนี้หากจัดการไม่เชี่ยวชาญนั้นอาจจะเกิดผลเสียโดยการกลืนกินงบประมาณโฆษณาได้อย่างรวดเร็วมาก

การตลาดออนไลน์ด้วย Content Spreading

การทำ Content Spreading หรือการขยายฐาน คำค้นหา ของเรานั้นทำได้ไม่ยาก โดยหลายคนอาจจะคุ้นเคยคำว่า "รีนเขียนบทความ SEO" นั้นเป็นการกระจาย คำค้นหา ได้ดีมาก ๆ อธิเช่น ลูกค้าทำธุรกิจเกี่ยวกับ ขายเครื่องเย็บผ้าโรงงาน บทความของเรานั้นอาจจะเล็งการใช้ทำ "5 วิธีการเย็บผ้าสำหรับเสื้อแต่ละแบบ" เพื่อกระจายคำค้นหาของเราคนทั่วไปเข้าถึงเว็บไซต์เรา และอาจจะเกิดการซื้อขายสินค้าเราได้ ทั้งนี้การทำบทความแบบนี้ต้องระวังการใช้คำทับกับสินค้า/บริการ ของเราอย่างมาก เนื่องจากการทำคำซ้ำกันนั้นอาจจะทำให้ Google จับหน้าผิด แทนที่จะจับหน้าสินค้า ไปจับหน้าบทความเราแทน ซึ่งจะกระทบยอดขายออนไลน์ของเราได้โดยตรง

2. การตลาดออนไลน์สำหรับธุรกิจการค้า B2C (Business to Customer)

ธุรกิจ B2C หรือการค้ากับธุรกิจต่อลูกค้าทั่วไป จะเป็น สินค้า/บริการ ที่ขายครอง หรืออาจจะมียาราคาที่ไม่สูงมาก สามารถเข้าถึงผู้คนได้หลากหลาย การทำตลาดจึงต้องเป็นการตลาดที่สร้างความต้องการหรือ Create Demand ขึ้นมา เพื่อให้เกิดการซื้อขาย "การทำการตลาดออนไลน์ ที่เหมาะสำหรับธุรกิจ B2C นั้นจะเหมาะกับการโฆษณาใช้ Social Media เป็นหลัก"

การตลาดออนไลน์ด้วย Facebook Ads

ตลาดประเทศไทยนั้นผู้ใช้งาน Facebook เป็นจำนวนมากกว่า 70% ของประชากรไทย ทำให้ Facebook นั้นเป็นเครื่องมือที่สามารถเข้าถึงผู้คนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว โดยมีบริษัท SME มากมายเกิดการโฆษณาบน Facebook เป็นหลักการโฆษณาออนไลน์ด้วย Facebook นั้นต้องใช้เวลาศึกษาพอสมควรซึ่งเครื่องมือในการเลือกกลุ่มเป้าหมายนั้นมากมายนัก ทั้งนี้การโฆษณาด้วย Video นั้นเป็นสิ่งที Facebook ชอบมาก ทำให้การเข้าถึงผู้คนนั้นรวดเร็วยิ่งขึ้น จึงเหมาะแก่ธุรกิจ B2C เป็นอันดับ 1

การตลาดออนไลน์ด้วย Influencer

Influencer เป็นเหมือนดารานาโลกปัจจุบันโดยจะมีผู้คนติดตาม หรือ Follower เป็นจำนวนมากแล้วแต่ระดับความดังของแต่ละคน การโฆษณาโดยการจ้างรีวิวนี้จะสามารถเข้าถึงผู้ติดตาม Influencer เหล่านี้ได้เป็นอย่างดี โดยไม่จำเป็นต้องถ่ายรูปใน Instagram จนถึงการใช้ Tie-In สินค้าใน YouTube ก็จะทำให้สินค้าเราเกิดความต้องการได้เป็นอย่างดี Brand ใหม่ที่ต้องการเกิดในตลาดประเทศนั้น ต้องไม่พลาดการจ้าง Influencer ที่เหมาะแก่ธุรกิจตัวเอง

การตลาดออนไลน์ด้วย YouTube Ads การโฆษณา YouTube นั้นเป็นเครื่องมือที่สำคัญแก่ธุรกิจ B2C เป็นอย่างยิ่ง YouTube เปรียบเสมือน TV ในโลกดิจิทัล ผู้คนเริ่มหันมาดู YouTube โดยเลิกดูทีวีเลยทีเดียว การโฆษณาทีวีแบบนี้มันช่วยให้ธุรกิจ SME ได้เปิดตาในโลกทีวีที่ผู้ชมหลายล้านคน โดยสามารถมองเห็นผู้คนได้ทั่วโลก โดยเปิดโอกาสให้เติบโตโดยอดขาย และเป็นทีที่รู้จักได้อย่างดี

กลยุทธ์ทำการตลาดออนไลน์

1. การตลาดออนไลน์สำหรับ ธุรกิจการค้า B2B (Business to Business)

ธุรกิจ B2B หรือการค้ากับธุรกิจต่อธุรกิจนั้น โดยส่วนมากแล้วจะเป็น สินค้า/บริการ ที่มีความเจาะจงกับบริษัทเท่านั้น "การทำการตลาดออนไลน์ ที่เหมาะสำหรับธุรกิจ B2B นั้นจะเหมาะกับการโฆษณา Google เป็นหลัก"

1. Inbound Marketing การตลาดแบบสร้างแรงดึงดูด

เป็นการทำตลาดออนไลน์โดยการสร้างคอนเทนต์ (Content) ที่มีคุณภาพ สร้างประโยชน์ เพื่อส่งไปยังลูกค้า



าหรือกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการทำการตลาดออนไลน์ด้วย ให้พวกเขารับรู้และรู้สึกว่าได้รับคุณค่าจากคอนเทนต์ของเรา ซึ่งคอนเทนต์ที่ดี จะช่วยสร้างแรงดึงดูดทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหันมาสนใจสินค้าหรือบริการได้และกลับเข้ามาหาเราเองในที่สุดแล้ว Inbound Marketing ต่างกับกับ Content Marketing ยังไง หลายคนคงกำลังสงสัยจริงๆแล้วมันก็คล้ายคลึงกันมาก เป็นส่วนหนึ่งของกันและกันขาดกันไม่ได้ ให้ลองมองภาพว่า การสร้างคอนเทนต์ คือสาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทำการตลาดโดยใช้รูปแบบ Inbound Marketing ซึ่งก็คือช่องทางที่ทำให้สารของเราถึงมือกลุ่มเป้าหมายและสามารถวัดผลได้

ส่วนใหญ่การตลาดรูปแบบนี้จะใช้ช่องทางการสื่อสารด้วยวิธีทำ, ใช้โซเชียลมีเดียในการนำเสนอคอนเทนต์ที่ดี, เว็บไซต์, Email Marketing ,การพูดถึงแบบปากต่อปาก เป็นต้น การทำการตลาดออนไลน์

แบบ Inbound Marketing จะใช้เวลามากกว่าแต่มีผลในระยะยาว กว่าเน้นความรวดเร็วแบบ Outbound Marketing

2. Outbound Marketing การตลาดออนไลน์แบบหลักต้น

การทำการตลาดโดยการผลักแบรนด์ไปให้ถึงผู้คนที่หรือกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ โดยส่วนใหญ่การทำการตลาดรูปแบบนี้จะเป็นการนำเสนอแบรนด์ สิ่งทีแบรนด์ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ซึ่งเน้นเรื่องการโปรโมทให้เข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากเข้าไว้เป็นสำคัญ โดยรูปแบบนี้จะเป็นเรื่องง่ายในยุคปัจจุบัน เนื่องจากโลกโซเชียลมีเดียเข้ามามีอิทธิพลกับการใช้ชีวิตของทุกคนเพิ่มขึ้น การใช้ Outbound Marketing จึงเหมาะกับการส่งข้อมูลออกไปเป็นวงกว้างโดยใช้เวลาน้อย แต่ข้อเสียของการทำการตลาดรูปแบบนี้คือ มันมีผลเพียงระยะสั้น เพราะบ่อยมากที่คอนเทนต์ที่ส่งไปจะช่วยให้สร้างคุณค่าทางจิตใจให้กับผู้รับ แต่ผลดีของมันก็คือความรวดเร็วและผลกำไรที่ตามมา

“ การทำการตลาดออนไลน์ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบไหนก็ตาม ล้วนมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือการทำให้ผู้รับสารหันกลับมาสนใจสินค้าหรือบริการของเราด้วยกันทั้งสิ้น โดยบทความนี้ขอสรุปออกมาว่า การทำการตลาดออนไลน์เป็นการสร้างการรับรู้ข้อมูล ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรูสึกและเชื่อในตัวแบรนด์ ซึ่งเป็นผลให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ”

ความสำคัญของการตลาดออนไลน์

ปัจจุบันโลกออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนเรามากขึ้น โดยมีการใช้งานผ่านมือถือคือคอมพิวเตอร์และแท็บเล็ตเป็นหลัก ทั้งยังมีมีการซื้อขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น การขายสินค้าออนไลน์จึงเป็นที่น่าสนใจอย่างมาก และการทำการตลาดก็ได้กลายเป็นสิ่งสำคัญต่อบริษัทและเหล่าพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ที่จะขาดไม่ได้ด้วยเหตุนี้ ดังต่อไปนี้

1. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย การทำการตลาดออนไลน์จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการเพิ่มโอกาสในการขายให้สูงขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะเป็นในรูปแบบของคอนเทนต์ที่สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ดี โดยจะสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพ เกี่ยวข้องกับสินค้าและเป็นเนื้อหาที่คนสนใจอย่างมากที่สุด รวมถึงมีการทำ Search Engine Marketing เพื่อเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรงด้วย

2. ลูกค้าจะเข้ามาหาเอง การทำการตลาดออนไลน์ต่างจากการทำการตลาดแบบทั่วไป ที่เป็นการดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาหาผู้ขายเอง ด้วยการให้ข้อมูลสินค้าที่ตรงจุดและตรงกับความต้องการของลูกค้า จึงทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจและเข้ามาติดต่อเพื่อซื้อสินค้าด้วยตนเอง โดยที่ผู้ขายไม่จำเป็นต้องพยายามยืดเยื้อดบริการให้กับลูกค้าเลย

3. เข้าถึงได้สะดวกจากทุกที่ สามารถเข้าถึงได้จากทุกที่และทุกเวลาเพียงแค่มีอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่อเท่านั้น และยังเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างแพร่หลายทั่วโลกอีกด้วย ซึ่งก็เป็นการทำตลาดที่สร้างความสะดวกสบายให้กับทั้งผู้ขายและผู้ซื้อที่ดี

4. ตรวจสอบประสิทธิภาพ การทำการตลาดออนไลน์สามารถทำการตรวจสอบประสิทธิภาพและตรวจเช็คถึงลูกค้าที่เข้ามาพบได้ ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบช่องทางที่ลูกค้าเข้าถึง จำนวนลูกค้าที่เข้าชมเว็บไซต์หรือแฟนเพจ จำนวนลูกค้าที่เข้ามาติดต่อซื้อสินค้าและบริการ อีกทั้งยังมีต้นทุนที่ต่ำกว่าการทำการตลาดแบบเดิมเป็นอย่างมาก จึงช่วยลดต้นทุนได้เป็นอย่างดี ซึ่งก็เหมาะกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่เพิ่งเริ่มต้นทำธุรกิจที่สุด

5. นำเสนอสินค้าและบริการได้อย่างสะดวก ช่วยประหยัดและเพิ่มความสะดวกในการนำเสนอสินค้าและบริการ เพราะไม่จำเป็นต้องจ้างนายแบบหรือทำโฆษณาในราคาแพง แค่ใช้ตัวหนังสือที่มีความน่าสนใจและดึงดูดลูกค้าได้ดีก็สามารถเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและบริการได้อย่างดีเยี่ยมแล้ว ซึ่งก็ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาได้ดีที่สุด

ประโยชน์จากการทำการตลาดออนไลน์

1. อิสระต่อผู้บริโภค ผู้บริโภคสามารถเลือกอย่างเจาะจงได้ว่า ต้องการสินค้าอะไรและเป็นสินค้าแบบไหน
2. ผู้บริโภคสามารถเลือกผู้ให้บริการที่พวกเขาต้องการได้ด้วยตัวเอง
3. มีตัวเลือกมากขึ้น ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าที่อยากได้ ได้อย่างตรงจุดที่สุด ทั้งรูปแบบ และสีสันทัน เพราะปกติแล้วความต้องการของแต่ละคนย่อมแตกต่างกันไป
4. สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วทุกมุมโลก เพราะการตลาดออนไลน์จะเชื่อมโยงผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจากทุกมุมโลกเข้าด้วยกัน
5. เปรียบเสมือนมีพนักงานมาทำงานให้ตลอด 24 ชั่วโมง เพราะการขายสินค้าออนไลน์ ลูกค้าสามารถเข้ามาสั่งซื้อได้ตลอดเวลาโดยไม่มีเวลาปิด
6. สามารถให้ข้อมูลและรายละเอียดของสินค้าที่ลูกค้าต้องการได้อย่างครบถ้วน ซึ่งลูกค้าก็สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ตลอดเวลาเช่นกัน
7. การตลาดแบบผสมที่จะตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ดีที่สุด เพราะนอกจากการขายสินค้าแล้ว ก็สามารถจัดโปรโมชั่นหรือสร้างกิจกรรมต่างๆ เพื่อร่วมสนุกกับลูกค้าได้ตลอดเวลาที่ต้องการ
8. เป็นการตลาดในรูปแบบ 2-way คือสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ตรงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายได้ทันที ผ่านทางช่องทาง การติดต่อบนโลกออนไลน์ ซึ่งจะทำให้เข้าใจลูกค้ามากขึ้น และลูกค้าเองก็เกิดความประทับใจมากขึ้น
9. ประหยัดต้นทุน เพราะใช้ต้นทุนต่ำมาก เนื่องจากไม่ต้องสร้างหน้าร้านขึ้นมาก็สามารถขายของออนไลน์ได้ ไม่ต้องเช่าสถานที่ ไม่ต้องเสียเงิน เสียเวลาหรือจ้างพนักงานเพิ่มเติม นอกจากนี้ก็สามารถจัดทำแคตตาล็อกออนไลน์ ที่เปิดดูผ่านทางคอมพิวเตอร์ได้เลย โดยไม่ต้องเสียเงินพิมพ์ออกมาเป็นรูปเล่ม
10. สินค้าบางประเภทที่ซื้อขายผ่านทางออนไลน์ สามารถจัดส่งให้กับลูกค้าได้ทันที เช่น หนังสือ เพลง โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการทำการตลาดออนไลน์

ในปัจจุบัน การทำการตลาดออนไลน์ถือได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญลำดับต้นๆ ของการทำธุรกิจ การขายสินค้าหรือการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และกว้างขวาง แต่ที่ก่อนที่จะทำการตลาดออนไลน์นอกเหนือจากการวิเคราะห์ธุรกิจหรือบริการแล้ว สิ่งสำคัญที่อีกอย่างหนึ่งคือเครื่องมือที่ใช้ในการทำการตลาดออนไลน์

1. Website (เว็บไซต์)

เมื่อผู้บริโภคเคยชินกับการเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น การชำระสินค้าและบริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ในขั้นที่เติบโตขึ้นเรื่อยๆ การพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อให้สอดคล้องกับยุค E-Commerce จึงเป็นสิ่งสำคัญ อย่างไรก็ตาม ในการจัดทำเว็บไซต์นั้นต้องดูวัตถุประสงค์ของแบรนด์หรือองค์กรเป็นหลักด้วยว่าเป้าหมายคืออะไร จากนั้นจึงพัฒนาเว็บไซต์ให้สอดคล้องเหมาะสมกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยทั่วไปแล้วเว็บไซต์จะแบ่งหมวดหมู่ย่อยได้ดังนี้

1.1 เว็บไซต์ E-commerce

เน้นการขายสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์ มีช่องทางการจ่ายเงินแบบครบจบในขั้นตอนเดียว

1.2 เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์

เน้นสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร (Online PR) แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร แจ้งข่าวสารว่าตนเองหรือองค์กรทำกิจกรรมอะไร ผู้บริหารได้ร่วมทำกิจกรรมใดๆ บ้างทั้งภายในและภายนอก

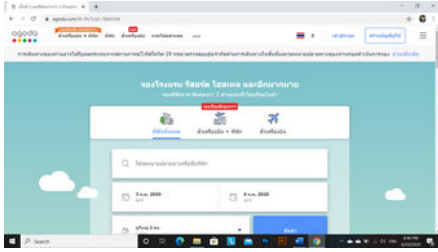
1.3 เว็บไซต์คอนเทนต์

เน้นการนำเสนอบทความเพื่อให้ความรู้โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น เว็บไซต์แม่และเด็ก เว็บไซต์ดูแลรถ เว็บไซต์ท่องเที่ยว เว็บไซต์ทำอาหาร

1.4 เว็บไซต์เพื่อการบริหาร

เปิดขึ้นเพื่อให้บริการด้านต่างๆ เช่น บริการจองตั๋วเครื่องบิน บริการจองที่พัก บริการทำความสะอาด เป็นต้น





ตัวอย่าง <https://www.agoda.com/th-th> เว็บไซต์เพื่อให้บริการจองที่พักและตั๋วเครื่องบิน

2. Social Media (โซเชี่ยล มีเดีย)

แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมของไทยหลักๆ มีอยู่ด้วยกัน ได้แก่ Facebook, Instagram, Twitter และ Line การทำการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ ขึ้นอยู่กับว่าวัตถุประสงค์ในการทำการตลาดคืออะไร



Facebook
แจ้งข่าวสาร/โปรโมชัน สร้างยอดขาย



Instagram
สร้างแบรนด์/สร้างยอดขาย



Twitter
แจ้งข่าวสาร/โปรโมชัน



Line
บริการขาย/CRM

3. E-mail Marketing

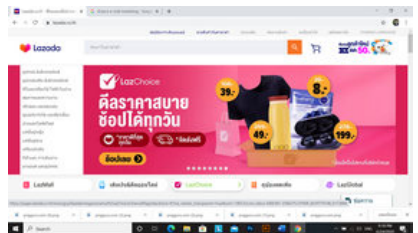
เมื่อการส่งอีเมลไม่ใช่การหว่าน แต่เป็นการส่งไปยังคนที่รักแบรนด์ของคุณจริงๆ อีเมลของคุณจึงไม่ใช่สิ่งที่น่ารำคาญอีกต่อไป ทุกครั้งที่คุณจัดโปรโมชั่น หรือแจ้งข่าวสารสินค้าใหม่ จะสามารถทำให้ลูกค้าตื่นเต้นกับสินค้าของคุณอย่างแน่นอน



ตัวอย่าง E-mail Marketing ที่ใช้โปรโมชันสินค้า

4. E-Marketplace

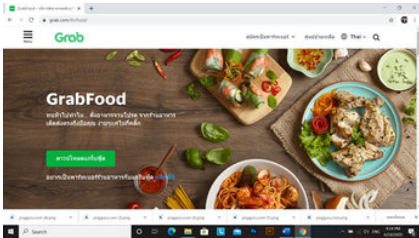
ถ้าเว็บไซต์คือหน้าตาของบริษัท E-Marketplace ก็เหมือนการนำสินค้าไปกระจายขายตามห้างสรรพสินค้า อื่นๆ ปัจจุบัน E-Marketplace เป็นสถานที่สำคัญที่เหล่านักช้อปปิ้งตัวจริงไปกองกันอยู่ตรงนั้น พร้อมทั้งมีการจัดการตลาด และออกแบบเปลี่ยนส่วนลดจากเจ้าตลาด E-Marketplace ร่วมด้วย E-Marketplace จึงเป็นช่องทางทำเงินสำคัญที่แบรนด์ไม่ควรพลาด



ตัวอย่าง E-Marketplace เจ้าใหญ่ของประเทศไทย Lazada

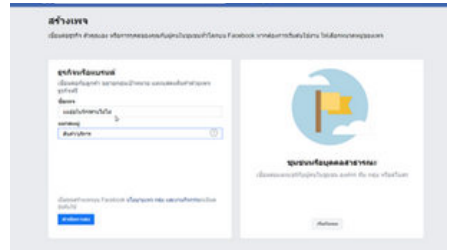
5. Super App

สร้างความรู้สึกสุขใจให้กับลูกค้า ด้วยการเป็นพันธมิตร หรือสมัครใช้งานกับ Super App เพื่อช่วยให้ผู้บริโภค รู้สึกถึงความสะดวกสบายที่ได้รับจากแบรนด์ อาทิ สั่งอาหารส่งด่วนทันใจด้วย Grab food



ตัวอย่าง Grab food ที่สามารถเชื่อมโยงธุรกิจ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 2 : ใส่รายละเอียดต่างๆ ในการสร้างเพจ ได้แก่ ชื่อเพจ ซึ่งควรตั้งที่จดจำง่ายและเกี่ยวข้องกับสินค้าที่เราจำหน่าย จากนั้นกดดำเนินการต่อ



ขั้นตอนที่ 3 : ตั้งรูปโปรไฟล์และภาพปก เลือกภาพโปรไฟล์ (ขนาด 170 x 170 px)



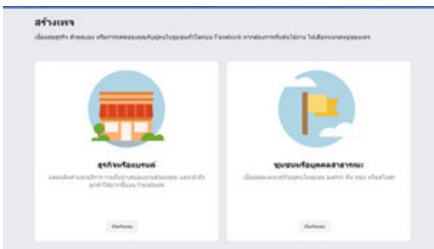
การขายสินค้าผ่าน Facebook

ขั้นตอนสร้างเพจขายของบนเฟซบุ๊ก

ขั้นตอนที่ 1 : สร้างเพจขายของบนเฟซบุ๊ก (FACEBOOK PAGE)

- ก่อนที่จะมีเพจเป็นของเราสิ่งหนึ่งที่ต้องดำเนินการก่อนคือ การจะสมัครเพจเฟซบุ๊ก
- หรือมีบัญชีเฟซบุ๊กอยู่แล้วคะ
- จากนั้นคลิกเลือกประเภทของเพจ หากเราทำเป็นร้านค้า ให้เลือก ธุรกิจหรือแบรนด์

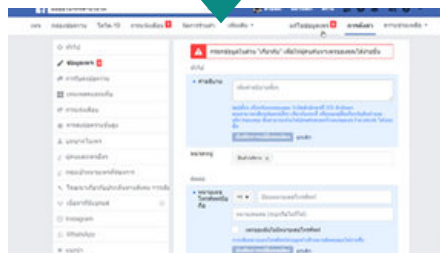
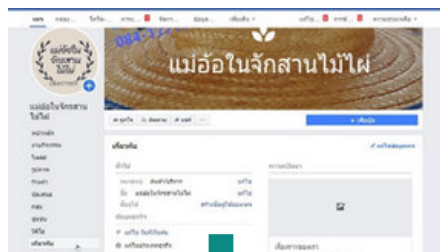
ขั้นตอนที่ 4 : ตั้งรูปโปรไฟล์และภาพปก เลือกภาพปก (Cover Image) (ขนาด 820 x 312 px) แล้วกดอัปโหลด



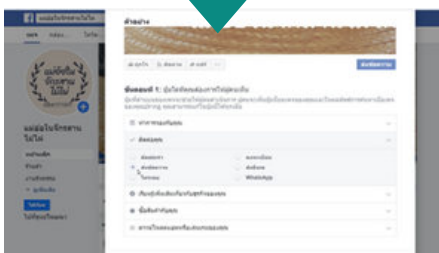
ขั้นตอนที่ 5 : ตั้งค่าข้อมูลเพจ ข้อมูลร้านค้า ซึ่งเราควรใส่รายละเอียดต่างๆของร้านเราให้ครบถ้วน ชัดเจนเพื่อทำให้เมื่อลูกค้าเห็นเพจเราแล้วสามารถทราบรายละเอียดได้มากที่สุด



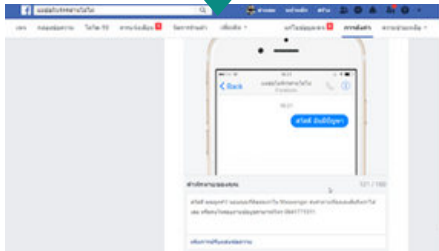
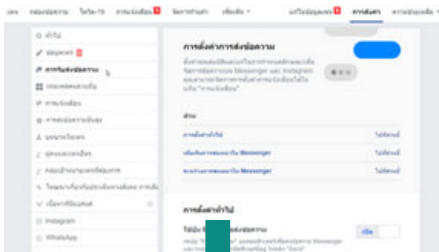
ขั้นตอนที่ 6 : แก้ไข ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเพจ ต้องไปทีเมนู เกี่ยวกับซึ่งด้านซ้ายมือ ใส่รายละเอียดที่จำเป็น เช่น คำอธิบายเพจ การติดต่อ เลขโทรศัพท์มือถือ เว็บไซต์ (Website) อีเมล (Email) ตำแหน่งที่ตั้งร้านค้า เวลาทำการ ให้ระบุช่วงเวลาทำการของร้าน



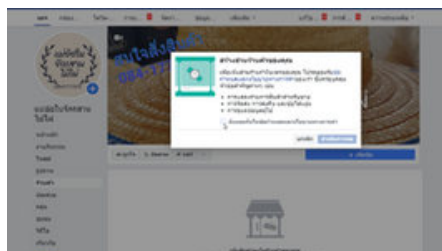
ขั้นตอนที่ 7 : การสร้างปุ่มให้ลูกค้า INBOX ได้ง่ายขึ้นในการติดต่อ



ขั้นตอนที่ 8 : การสร้างการรับส่งข้อความ ไปที่เมนู ตั้งค่า แล้วเลือกแท็บด้านซ้ายมือ การรับส่งข้อความ



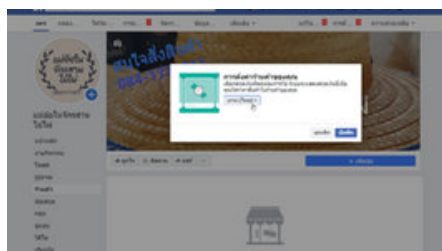
ขั้นตอนที่ 9 : การเพิ่มสินค้าในหมวดร้านค้า ให้เพิ่มสินค้าที่จะจำหน่าย



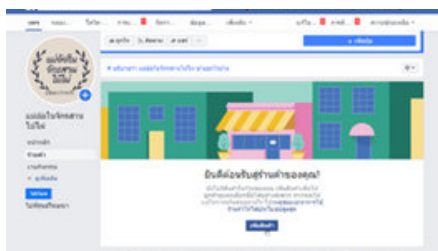
9/1



9/2



9/3



9/4



9/5



9/6

ขั้นตอนที่ 10 : สร้าง URL หรือ USER NAME ให้ร้าน
เพื่อให้คนเข้าถึงและแชร์ได้ง่ายๆ ควรสร้างชื่อที่จำง่าย พืพพ
ง่าย เพื่อให้แฟนเพจติดต่อเราได้ง่าย แชร์ข้อมูลเราได้ง่าย
กด 'สร้างชื่อผู้ใช้ของเพจ' ที่อยู่ใต้ภาพโปรไฟล์ (Profile
Image) จากหน้าแรกของเพจได้เลย



บทที่ 3

การจักสานไม้ไฟ

บทที่ 3

การจักสานไม้ไฟ

ชนิดของไม้ไฟที่ใช้ในการจักสาน

1. ไม้ไฟบง

ไม้บงบ้าน สำไฟโตปานกลาง ปล้องยาวประมาณ 15 นิ้ว แต่ไม่เกิน 18 นิ้ว ผิวภายนอกเห็นได้ชัด สันข้อและเนื้อไฟหนา กอไฟค่อนข้างห่างไม่อัดกันแน่น เส้นผ่าศูนย์กลางของลำต้นโดยประมาณ 4-5 นิ้ว มักจะพบเห็นในหมู่บ้านชนบททั่วไป

ไม้บงป่า สำไฟค่อนข้างเล็กกว่าไม้บงบ้าน แต่ปล้องไฟจะยาวกว่าไม้บงบ้าน ผิวภายนอกเหมือนไม้สน สันข้อจะถี่ไม่หนาเหมือนไม้บงบ้าน เนื้อไฟหนา

ไม้บงบ้านและไม้บงป่า นิยมนำมาทำเครื่องจักสานได้หลากหลายชนิด เพราะเส้นตอกเหนียวและจักตอกได้ดีหลายๆปล้อง โดยทั่วไปจะนำมาจักตอกแนวตะแคงเพราะจะได้เส้นตอกมาก สามารถใช้สานตะกร้า กระบุง กระดัง

2. ไม้ไฟฆาง

ไม้ฆางบ้าน สำไฟโตปานกลาง ปล้องไฟยาวประมาณ 12 นิ้ว ถึง 16 นิ้ว ผิวไฟจะละเอียดเป็นมัน มันข้อถี่เล็ก กอไฟจะไม่อัดกันแน่นเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 4-5 นิ้ว เนื้อไม้ไฟไม่หนาเท่ากับ ไม้บงบ้าน พบเห็นได้ตามชนบททั่วไป

ไม้ฆางป่า ไม้ฆางป่าพบเห็นได้มากในเขตภาคเหนือตอนบน ในเขตป่าเขามีกว้างกว่า ไม้ชนิดอื่น ขึ้นเป็นพุ่มป่าบริเวณกว้างผิวไฟฆางป่าจะละเอียดเป็นมัน มันข้อถี่เล็ก แต่เนื้อไฟบางกว่าไม้ฆางบ้าน

ไม้ไฟฆางป่า และ ไม้ไฟฆางบ้าน สามารถทำผลิตภัณฑ์จากไม้ไฟได้หลากหลายทั้งงานจักสาน เครื่องเรือนไม้ไฟทำเป็นแพโดยนำมามัดรวมกันเป็นแพลอยน้ำ งานจักสานไม้ไฟส่วนมากจะเป็นงานค่อนข้างหยาบ เช่น เข่งใส่ผัก หรือเข่งใส่ผลไม้ ส่วนมากจะ นิยมนำมาทำถังร้านในงานก่อสร้างอาคารสูงๆ

3. ไม้ไฟไร่

เป็นไม้ที่ขึ้นตามชายป่าเชิงเขา จะพบมากในเขตป่าเขาภาคเหนือตอนบน ลำต้นไม่ค่อยโต เส้นผ่าศูนย์กลางไม่เกิน 2 นิ้ว ผิวไฟภายนอกไม่เป็นมัน ลำต้นไม่สูงมากนักกอไฟตรงพุ่มแน่น ปล้องระหว่างข้อไฟค่อนข้างยาว จากโคน ต้นขึ้นมาประมาณ 2 ฟุต ลำต้นจะตันหน่อไฟไร่ถือว่าเป็นหน่อไม้ เศรษฐกิจเพราะเป็นหน่อไม้ที่มีคุณภาพและมีจำนวนมาก ไฟไร่มีกนิยมนำมาทำเครื่องจักสานที่ค่อนข้างไปทางงานละเอียดเพราะเส้นตอกถี่และเหนียวมาก เช่น กระตึงใส่ข้าวเหนียว กระเป่าไม้ไฟสาน สามารถนำไปทำเครื่องเรือนไม้ไฟได้ เช่น พวกโต๊ะเก้าอี้ ขี่นางของ ฯลฯ ลักษณะพิเศษของไฟไร่ ลำต้นจากโคนต้นขึ้นมาประมาณ 2 ฟุต สามารถตัดโค้งงอได้โดยใช้ความร้อน

4. ไม้ไฟเอี้ยะ

เป็นไม้ที่ชอบขึ้นตามป่าชื้นเชิงเขาใกล้แหล่งน้ำเป็นไม้ที่ลำปล้องยาวมาก บางต้นมีลำปล้องยาวถึง 4 ฟุต กอไฟห่าง ผิวไฟจะออกคายเหลือง หรือ เขียวหม่นๆ ผิวไฟไม่เป็นมันเนื้อไฟเอี้ยะบาง สันข้อถี่ ลำต้นตั้งตรง ยาว ประมาณ 6-8 เมตร สังเกตได้ว่าจะไม่มีแขนงไฟยื่นออกมา ไฟเอี้ยะเป็นไม้ที่ให้น้ำไฟไม่มากลำต้นกลวงนิยมนำมาสานเป็นฝากระท่อมในชนบท ไม้ไฟเอี้ยะเป็นตัวประกอบของงานจักสานได้เป็นบางส่วนเพราะเนื้อไม้ไฟเอี้ยะจะกรอบหักง่าย

5. ไม้ไฟข้าวหลาม

เป็นไม้ที่ชอบขึ้นตามป่าชื้นเชิงเขาใกล้แหล่งน้ำเหมือนไฟเอี้ยะผิวเป็นคาย ออกเขียวจัด ไม้ข้าวหลามบางปล้องยาวประมาณ 2 ฟุต แต่เนื้อไม่หนากว่าไม้ไฟเอี้ยะ สันข้อหนา ลำต้นตั้งตรง ยาวประมาณ 6-7 เมตร ข้อสังเกต ไม้ไฟข้าวหลาม ผิวไฟจะชุ่มชื้นกว่าไม้ไฟเอี้ยะไม้ไฟข้าวหลามนิยมนำมาทำเป็นกระบอกรข้าวหลามในบางฤดูกาลเส้นตอกจะเหนียวและได้เส้นตอกที่กว้างสามารถนำมาสานเป็น กระดัง ตะแคง ตอกมัดข้าว ถักเป็นเส้น เปีย นำมาเย็บเป็นหมวก



6. ไม้ไผ่สุก

เป็นไม้ที่กอไผ่ค่อนข้างใหญ่ ทรงแก่ออกกว้าง มีแขนงหนามโดยรอบกอจะพบใกล้แหล่งน้ำในชนบท ขึ้นไม่ไกลจากหมู่บ้านมากนัก มักจะเป็นไม้ที่ชาวบ้านนำไปปลูกแพร่ขยายพันธุ์เอง ลำต้นสูงใหญ่ ผิวไผ่เป็นมัน เส้นผ่าศูนย์กลางไม่เกิน 7 นิ้ว ปล้องแต่ละปล้องยาวประมาณ 1-2 ฟุต ลำต้นตั้งตรงแขนงไผ่มากเนื้อไม้ไผ่สุกมีความหนากว่าไม้ไผ่ที่กล่าวมาข้างต้น ไม้ไผ่สุกเป็นไม้ที่มีคุณค่าในการจักสานได้ทุกชนิดตั้งแต่ กระบุง ตะกร้า กระด้ง ตะแกรง เช่น ไซตักปลา สุ่มปลา ฯลฯ และยังสามารถนำมาทำโครงสร้างเครื่องเรือนไม้ไผ่ เป็นไม้ไผ่ที่สามารถสร้างสรรคงานได้ทั้งงานหยาบและงานละเอียดเพราะเนื้อไม้ไผ่ค่อนข้างเหนียวทนทาน

7. ไม้ไผ่รวก

เป็นไม้ที่พบเห็นได้ทั่วไป ทั้งไผ่รวกบ้านและไผ่รวกป่า ไผ่รวกบ้านจะมีขนาดเล็กกว่าไผ่รวกป่า ไผ่รวก คอไม้ใหญ่หนัก ลำต้นตรง แขนงไผ่มีไม่มาก ลำต้นยาวถึง 12 เมตร เส้นผ่าศูนย์กลางของลำต้นไม่เกิน 3-4 นิ้ว ไผ่รวกเป็นไม้เอนก ประสงค์สามารถใช้ในงานจักสานได้หลากหลายประเภท

ข้อสังเกตในการนำไม้ไผ่มาทำเครื่องจักสาน

การนำไม้ไผ่แต่ละชนิดมาทำเครื่องจักสานจะต้องคัดเลือกไม้ไผ่ที่มีลำต้น ตรง ปล้องยาว ไม้มีแมลงเจาะ อายุของไม้ไผ่ประมาณ 2-3 ปี จึงเหมาะกับการนำมาจักสานและควรนำไม้ไผ่ที่ตัดแล้ว ทิ้งไว้ 5-10 วัน หากตัดไม้ไผ่ ลงมาแล้วนำมาผ่าและจักเป็นเส้นตอก เส้นตอกจะจักขาดง่ายเพราะมีน้ำ ในไม้ไผ่มาก จะต้องให้น้ำในไม้ไผ่ระเหยไปบางส่วน จึงจะจักตอกได้อย่างมีคุณภาพ อายุของไม้ไผ่ที่จะนำมาทำเครื่องจักสาน ไม้ไผ่ จะต้องมียอายุ 2-3 ปี จึงจะเหมาะสมต้องคัดเลือกไม้ไผ่ที่มีลำต้นตรง ปล้องแต่ละปล้องของ ไม้ไผ่จะต้องยาวเป็นไม้ไผ่ที่สมบูรณ์แมลงไม่เจาะ เมื่อนำมาจักสานแล้วต้องมีความเป็นมัน เส้นใยของไม้ไผ่จะแน่นและเหนียวจะต้องจดจำไว้ว่าตัดไม้มาจากแหล่งใด คอไผ่ใดที่มีคุณสมบัติพิเศษดังที่กล่าวมาแล้ว หากต้องการไม้ไผ่ชนิดนั้นๆ แล้วก็ควรจะไปตัดไผ่ในแหล่งเดิม ควรจะมีการดูแล

รักษาพอควรเพราะจะเป็นประโยชน์ในการจักสานภายหลัง การจักตอกเมื่อตัดไม้ไผ่แล้ว จะต้องทิ้งไว้อย่างน้อย 10 วัน ขึ้นไป ควรเก็บ รักษาไว้ในที่ร่ม อากาศถ่ายเทได้สะดวกเพื่อให้ น้ำในไม้ไผ่ระเหยออกไปตามธรรมชาติจึงจะนำไม้ไผ่มาตัดและจักเป็นเส้นตอกจะได้เส้นตอกที่เหนียวและได้เส้นตอกหลายเส้น เส้นตอกไม้จักขาดง่าย หากนำไม้ไผ่ที่ตัดมาสดๆ และนำมาจักเป็นเส้นตอกเลย ไม้ไผ่ในขณะที่จะจุ่มน้ำไว้ในเนื้อไม้ไผ่มาก เส้นใยของไม้ไผ่จะขยายตัวเต็มที่ จะได้เส้นตอกที่หนาประาะ จัก ขาดง่าย การป้องกันเชื้อราโดยการพึ่งแดดให้แห้ง ลงน้ำมันวานิชใสและ บรรจุลงในถุงพลาสติกเก็บไว้หรือเก็บไว้ในตาบ่อเครื่องจักสานไม้ไผ่ ให้ ความร้อนโดยวิธีจุดฟรมคว้นทิ้งไว้ 3-7 วันในอุณหภูมิ 40 c แล้วจึง นำมาเก็บไว้ในถุงพลาสติกมัดให้แน่นเพื่อไม่ให้เกิดความชื้นและเกิดเชื้อราขึ้นอีก

อุปกรณ์ที่ใช้ในงานจักสานไม้ไผ่



1. ลือยคันธนู ขนาด 24 นิ้ว ฟันเลื่อยละเอียด
2. มีดโค้ง - มีดขูดผิวไม้ไผ่
3. มีดผ่าไม้
4. มีดเหลาตอก
5. มีดจักตอก ใช้จักตอกและเหลาตอกได้
6. ดินสอ
7. ตลับเมตร
8. คีมปากแหลม , กรรไกร , เหล็กปลายแหลม (เหล็กทำหอย)
9. ที่เสียดตอกกว้าง , ที่เสียดตอกหน้า-บาง

การเลือกอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับงานจักสานไม้ไผ่

1. เลื่อยคันธนู (เลื่อยตัดไม้) ใช้ตัดไม้ไผ่ให้ได้ขนาดและที่สำคัญจะได้หน้าของลำไผ่ที่เรียบ ง่ายสำหรับการผ่าไม้ไผ่และจักตอก

2. มีดโค้ง มีดขุดผิวไม้ไผ่ ใช้ขุดผิวไม้ไผ่ออกเพราะผิวไม้ไผ่จะมีความคมจะง่ายในการจักตอกเส้นตอกที่มีผิวไม้ตัดจะกรอบและหักง่ายไม้ไผ่หรือเส้นตอกที่ขุดผิวไม้ไผ่ออกแล้วเมื่อนำไปย้อมสีธรรมชาติหรือสีเคมีจะติดสีได้ง่าย การถาไม้ที่มันซึกเขากับลงไปจะติดทนนานไม่หลุดออกง่าย

3. มีดผ่าไม้ไผ่ เป็นมีดที่มีน้ำหนักพอเหมาะผ่าไม้ไผ่ออกจากกันในแนวตั้งโดยจะผ่าไม้ไผ่ออกทีละครึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วนเท่าๆ กันทุกครั้งไป ไม้ไผ่ที่ผ่าออกแล้วจะเรียกว่า ซี่

4. มีดเหลาไม้ไผ่ เป็นมีดขนาดเล็กน้ำหนักของตัวมีดจะเบากว่ามีดจักตอก ปลายแหลมและคมมาก ด้ามมีดจะยาวกว่ามีดธรรมดาต่างๆไปเพราะจะใช้ส่วนยาวของด้ามมีดสอดไว้ระหว่างเอวด้านข้างแล้วใช้ส่วนแขนกดเข้าหาลำตัวปลายมีดที่แหลมคมจะกดลงบนไม้ไผ่ ดึงไม้ไผ่เข้าหาตัวมีดพร้อมกดใบมีดโอบไปข้างหน้าเบาๆ ใช้ตอกแต่งไม้ไผ่ให้เรียบร้อยตอกแต่งเส้นตอก ให้อ่อนนุ่ม

5. มีดจักตอก เป็นการใช่มีดที่มีน้ำหนักเบาพอเหมาะมือ สั้นมีดหนา ส่วน คมมีดจะคมและบาง กดส่วนคมมีดลงบนซี่ไม้ไผ่ แบ่งไม้ไผ่ออกเป็นแผ่นบางๆ เรียกว่า เส้นตอก เพื่อนำไปสานเป็นผลิตภัณฑ์จักสานต่อไป

6. ที่เสียดตอกกว้าง เป็นการใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องทุ่นแรงมาช่วย โดยการนำใบมีดมาเป็นตัวบังคับเหลาตอกให้มีขนาดความกว้างเท่ากันทุกเส้นตอกปรับแต่งใบมีดบังคับเส้นตอกให้มีความกว้างตามต้องการ โดยเส้นตอกจะไม่ฉีกขาดหรือเสียหายสามารถบังคับเส้นตอกที่มีความกว้างเล็กสุด โดยการเหลาด้วยมือและมิดธรรมดามันสามารถทำได้ดีเท่ากับการใช้ที่เสียดตอกกว้าง

7. ที่เสียดตอกหนาบาง การใช้ใบมีดเป็นตัวบังคับเหลาตอกให้มีขนาด ของเส้นตอกหนาบางเท่ากันทุกเส้น สามารถบังคับใบมีดกดลงบนเส้นตอกหนาบางตามความต้องการ โดยเส้นตอกจะไม่ฉีกขาดและเสมอกัน การเหลาด้วยมือและมิดธรรมดาไม่สามารถทำได้ ทำให้สะดวกและง่ายในการเหลาตอกและได้เส้นตอกที่มีคุณภาพดี

8. กรรไกร ใช้ในการตัดแต่งตอกให้ได้ขนาดตามต้องการ

9. เหล็กปลายแหลมหรือเหล็กน้ำหาว

ใช้แทงเจาะรูเพื่อร้อยหวายผูกหวายให้เกิดเป็นลวดลายต่างๆ

10. หวาย เป็นส่วนประกอบที่ใช้ผูกหรือมัดผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ให้มีความแข็งแรงและสวยงามทำให้เกิดคุณค่าและมีราคาที่สูงขึ้นไปอีกแล้วแต่ความละเอียดยากง่าย หวายที่ใช้ทั่วๆ ไปจะมีหวายผิวที่จักออกมาจากหวายเส้น จะมีขนาด 2 - 4 มิลลิเมตร ตามความต้องการส่วนหวายเส้นจะเป็นส่วนที่ประกอบให้เกิดความแข็งแรงทนทานเข้ารูปได้ดี

การจักตอก

ลักษณะที่ 1 จักตอกเป็นชิ้น หรือจักตอกสองพี่น้อง เรียกตามศัพท์ทั่วๆ ไปที่เข้าใจได้ ง่าย โดยใช้มีดที่มีน้ำหนักพอเหมาะใช้ความคมของมีดกดลงไปบนหน้าตัดของซี่ไม้ไผ่ให้แยกออกเป็นสองส่วนเท่าๆ กัน โดยผิวไม้จะอยู่ส่วนบนของหน้ามีด ส่วนท้องไม้ไผ่จะอยู่ส่วนล่างของหน้ามีดขนานกันไป การจักตอกลักษณะนี้จะได้เส้นตอกที่กว้างใหญ่ ตามความหนาของลำไม้ไผ่นั้นๆ เส้นตอก ที่อยู่ใกล้ผิวไม้จะมีคุณภาพดีกว่าเส้นตอกที่อยู่ด้านล่างถัดลงไป

ลักษณะที่ 2 จักตอกตะแคง โดยใช้มีดที่มีน้ำหนักพอเหมาะใช้ความคมของมีดกดลงไปบนหน้าตัดของไม้ไผ่ให้แยกเป็นสองส่วนเท่าๆ กัน โดยจับไม้ไผ่อยู่ในแนวตะแคงผิวไม้ไผ่จะหันออกไปด้านหลังตัวมีด ส่วนท้องของไม้ไผ่จะหันเข้าหาตัวมีดด้านมือจับด้านมีด ด้านผิวของไม้ไผ่จะกำมูมจากกับตัวมีด เส้นตอกที่ได้จะมีคุณภาพเท่ากันทุกๆ เส้นเพราะจะมีส่วนของผิวไม้ไผ่ติดไปด้วยทุกเส้นตอกแต่จะได้เส้นตอกค่อนข้างเล็กตามความหนาของลำไม้ไผ่



การจักตอกลักษณะที่ 1

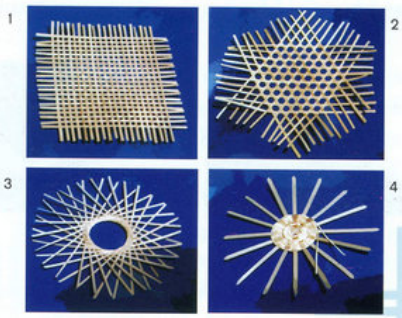


การจักตอกลักษณะที่ 2

การสาน การเข้าขอบและการมัดขอบ

เป็นการเหลาไม้ไผ่ให้มีขนาดกว้าง หนา บาง อ่อน แข็ง พอเหมาะแล้ว นำมาเข้าขอบตะกร้า เพื่อความแข็งแรง และเข้ารูปเข้าทรง นำหวายผิวมา ผูกสอดมัดให้แน่น แม้อยู่สานมืออยู่ 4 แม่ลาย

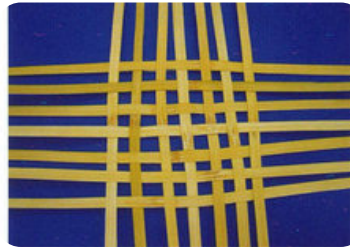
1. ลายขัด
2. ลายชะลอม
3. ลายวงพระจันทร์ (ลายหัวสู่ม)
4. ลายเวียนก้นหอย



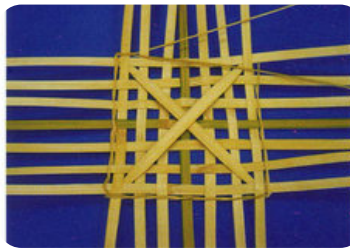
2. ตัดไม้ไผ่ก่อนความยาว 2.6 เมตร ผ่าเป็นซี่เล็กๆ กว้างประมาณ 1/8 นิ้ว ใช้มีดเหลาดอกให้เรียบประมาณ 50-60 เส้นใช้เป็นดอกสานและเหลา ไม้ไผ่ซี่เล็กๆให้ได้ความกว้างประมาณ 1/16 นิ้วโดยใช้มีดเหลาดอกเหลาให้เรียบอีกประมาณ 25-30 เส้น ใช้เป็นดอกไฟระย้าดอกตะกร้า ดอกทั้งสอง ส่วนนี้เป็นดอกตะแคงเส้นดอกตัดผิวไม้ไผ่

ขั้นตอนการสาน

1. นำเส้นดอกขึ้น (ดอกสองพี่น้อง) มาสานเป็นลายขัดยขัด 1 ซ้ำ 1 ด้านละ 9 เส้น โดยเว้นช่องไฟ ประมาณ 1/2 นิ้ว ต่อไปเรื่อยๆกว่าดอกตั้ง



2. นำดอกไฟระย้าขนาดเล็ก 2 เส้น มาสานมัดเป็นเกลียวขัดระหว่างเส้นดอกเพื่อไม่ให้เส้นดอกขยับ นำไม้ไผ่เหลาให้เรียบกว้าง 1/2 นิ้ว หรือ 5/8 นิ้ว หนาประมาณ 1/8 นิ้ว มาขัดฐานดอกซี่ง



3. วิธีการสานจะต้องสานทีละ 2 เส้น ดอกสานโดยวางเส้นดอกสลับกัน ช่องไฟละ 1 เส้นใช้เส้นที่อยู่ด้านล่างสานนำไป

การสานตะกร้าลายขัด

วัสดุ-อุปกรณ์

1. ไม้ไผ่,หวายผิว
2. มีดจักดอก,มีดเหลาดอก
3. เลื่อยคันธนู
4. ที่เสียดดอกกว้าง
5. ที่เสียดดอกหนา-บาง
6. กรรไกร

ขั้นตอนเตรียมการ

1. ตัดไม้ไผ่ 1 ท่อน ความยาว 3 ฟุต ผ่าเป็นซี่ๆ กว้าง 1/2 นิ้ว จักดอกขึ้น (ดอกสองพี่น้อง) จักให้ได้พอประมาณ เหลาด้วยที่เสียดดอกกว้างและเหลาด้วยที่เสียดดอกหนา-บางให้เรียบ ใช้เป็นดอกทั้ง 20-25 เส้น

ก่อนเป็นลายขัดยัก 1 ซ้ำน 1 ตอกสานเส้นบนจึงจะสานตามไปเป็นลายขัดเช่นกัน



4. ตะกร้าขัดจะวัดความยาว ทะแยงมุมฐานตะกร้าเป็นตัวกำหนดความสูงของตะกร้าโดยจะสานขึ้นไปเรื่อยๆ จะเป็นเหลือขอบปากเพื่อสานโพ ประมาณ 2 นิ้ว ถึง 2 1/2 นิ้ว จากความสูงของตะกร้า



5. การโพขอบตะกร้า ใช้ตอกสานโพขนาดเล็ก 1/10 นิ้ว สานทีละ 3 เส้น เส้นที่อยู่ด้านหลังสุดจะเป็นเส้นที่สานโดยตลอด คือ ซ้ำน 2 ยก 1 จะเป็น เส้นตอกเรียงกันไป 3 เส้น โดยตลอดและจะใช้เส้นที่อยู่หลังสุดสานไป ตลอดเช่นเดียวกันสานทำขอบปากสูง 2 นิ้ว ถึง 2 1/2 นิ้ว แล้วแต่ขนาด ของตะกร้าว่าใหญ่หรือเล็ก



6. เมื่อสานโพ 3 ได้แล้วจะเหลือตอกซึ่งยาวจากปากตะกร้าไปประมาณ 5 ถึง 6 นิ้ว ใช้กรรไกรตัดปลายตอกซึ่งให้แหลมจับเส้นตอกแต่ละเส้นให้แน่นบิดเป็นเกลียวแล้วเสียบลงช่องว่างของโพในแต่ละช่องโพจนครบทุกเส้นตัดไม้ไผ่ให้ได้ความยาวประมาณ 1 เมตร หรือ 1.2 เมตร ฝ่าเป็นซี่ๆ เหลาให้มีขนาดพอเหมาะเพื่อนำมาทำหูหิ้วตะกร้า 3 อัน หูหิ้วอันกลางจะแข็งและใหญ่กว่าหูหิ้ว 2 ข้างที่ประกบกันไว้เหลาปลายหูหิ้วให้แหลมเสียบแนบ กับเส้นตอกซึ่งเส้นกลาง ตรงกันข้ามกับของแต่ละปลายไม้ที่ทำ หูหิ้ว เสียบปลายไม้ลงไปจนถึงกันตะกร้า ส่วนไม้หูหิ้ว 2 ข้าง จะช่องโพให้ พอเหมาะแล้วเสียบปลายไม้ไผ่ลงไป ใช้หวายฝึกรวบพันกับหูหิ้วที่สานอันที่ส่วนบน



7. นำตอกไม้ไผ่ตัดผิวแข็งพอประมาณ 4 อัน เหลาปลายแหลมทั้ง 2 ด้าน ความยาวให้ได้มุมต่อมุมของตะกร้าและเสียบขึ้นไปแต่ละมุมจนครบ 4 อัน เพื่อให้เกิดความแข็งแรง





รูปตะกร้าที่สำเร็จแล้ว



บทที่ 4

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและปรับปรุง
การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์
“การป้องกันเชื้อราในเครื่องจักรสาน
ด้วยกรดเบนโซอิก (benzoic acid)”

บทที่ 4

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและปรับปรุงการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ “การป้องกันเชื้อราในเครื่องจักรสานด้วยกรดเบนโซอิก (benzoic acid)”

กรดเบนโซอิก (benzoic acid)

กรดเบนโซอิก (benzoic acid)

เป็นสารเคมีที่มีนิยมใช้เป็นวัตถุกันเสียในอุตสาหกรรมอาหารอย่างแพร่หลาย เป็นสารที่พบได้ในธรรมชาติ ได้แก่ ลูกพรุน, ออบเชย, แอปเปิล, กานพลู และมะกอกสุก เป็นต้น โดยมีจำหน่ายในท้องตลาดในรูปผงผลึกสีขาวหรือเป็นเกล็ดมักใช้ร่วมกับกรดซอร์บิกและพาราเบนส์สำหรับเป็นวัตถุกันเสีย

กรดเบนโซอิก มักใช้ในรูปเกลือของสารประกอบโซเดียมเบนโซเอต เนื่องจากสามารถละลายน้ำได้ดีกว่าในรูปของกรด (อุณหภูมิ 100 องศาเซลเซียส ละลายในน้ำ 100 มิลลิลิตร ได้ 74.2 กรัม) และละลายได้เพิ่มมากขึ้นในน้ำมันพืช แอลกอฮอล์ โพรพิลีนไกลคอล อีเทอร์ และคลอโรฟอร์ม

กรดเบนโซอิก และเกลือเบนโซเอต

เป็นสารประกอบอะโรมาติกแอซิด (aromatic acid) สามารถผลิตได้จากคาร์บอกซิโดซ์เบนซาลดีไฮด์ด้วยอากาศที่อุณหภูมิห้องได้เป็นเปอร์เบนโซอิก และออกซิโดซ์เบนซาลดีไฮด์ และเปอร์เบนโซอิกต่อจอนได้เป็นกรดเบนโซอิก

ข้อมูลทั่วไป

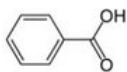
ชื่อเคมี : benzoic Acid

ชื่ออื่น :

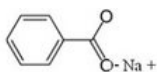
- benzenecarboxylic acid
- benzeneformic acid
- benzenemethonic acid
- carboxybenzene
- diacylic acid
- oracylic acid
- phenyl carboxylic acid
- phenylformic acid
- Retardex
- Tennyplas

คุณสมบัติทางกายภาพ และเคมี

- สูตรโมเลกุล : C7H6O2
- น้ำหนักโมเลกุล : 122.12
- สถานะ : ผลึกของแข็ง รูปเข็มหรือเกล็ด
- สี : สีขาว
- กลิ่น : ไม่มีกลิ่นหรือมีกลิ่นฉุนอ่อนๆ
- จุดหลอมเหลว : 122 องศาเซลเซียส
- จุดเดือด : 249 องศาเซลเซียส
- ความถ่วงจำเพาะ : 1.32 g/cm³
- จุดวาบไฟ : 120
- จุดลุกติดไฟได้เอง : 570 องศาเซลเซียส
- ความสามารถในการละลายที่ 21 องศาเซลเซียส : 0.1-1 ในน้ำ (กรัม/100มล.)
- ละลายได้ดีในคลอโรฟอร์ม
- ระเหิดได้ที่อุณหภูมิ 100 องศาเซลเซียส และระเหยเมื่อถูกไอน้ำ
- ค่าความเป็นพิษ LD50 ที่ทำให้หนูตายมากกว่าครึ่ง : 2,350 มก./กก. และ มากกว่า 26 ตัว/ชม.



Benzoic acid



Sodium benzoate

กรดเบนโซอิก และเกลือเบนโซเอต จะต้านเชื้อจุลินทรีย์ได้ดี ในสภาวะเป็นกรดที่ต่ำกว่า 4.5

ดังนั้น อาหารที่ใช้กรดเบนโซอิก และเกลือเบนโซเอตเพื่อช่วยยืดอายุการเก็บจึงควรเป็นอาหารที่มีความเป็นกรดสูง เช่น เครื่องดื่มชนิดต่างๆ น้ำผลไม้ แยม เยลลี่ ผักดอง ผลไม้ดอง น้ำสลัด พุดดิ้ง และเนยเทียม เป็นต้น ปริมาณที่อนุญาตให้ใช้ได้ไม่เกิน 1000 มิลลิกรัม/กิโลกรัม อาหาร ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 84

ร้อยละการแตกตัวของกรดเบนโซอิก

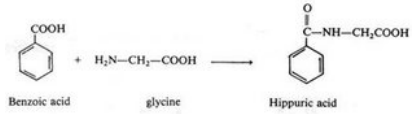
- pH 2.0 : 98%
- pH 3.0 : 95%
- pH 4.0 : 60%
- pH 4.5 : 30%
- pH 5.0 : 10%

ตารางที่ 1 ความเข้มข้นต่ำสุดของกรดเบนโซอิกที่สามารถยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์แต่ละชนิด

Microorganism	pH	Minimum inhibitory concentration (µg/mL)
Bacteria, Gram Positive		
<i>Bacillus cereus</i>	6.3	500
<i>Lactobacillus</i>	4.3-6.0	300-1800
<i>Listeria monocytogenes</i>	5.6; 4°C, 5.6; 21°C	2000; 3000
<i>Micrococcus</i>	5.5-5.6	50-100
<i>Streptococcus</i>	5.2-5.6	200-400
Bacteria, Gram Negative		
<i>Escherichia coli</i>	5.2-5.6	50-120
<i>Pseudomonas</i>	6.0	200-480
Molds		
<i>Aspergillus</i>	3.0-5.0	20-300
<i>Aspergillus parasiticus</i>	5.5	>4000
<i>Aspergillus niger</i>	5.0	2000
<i>Byssoschlamys nivea</i>	3.3	500
<i>Cladosporium herbarum</i>	5.1	100
<i>Mucor racemosus</i>	5.0	30-120
<i>Penicillium</i>	2.6-5.0	30-280
<i>Penicillium citrinum</i>	5.0	2000
<i>Penicillium glaucum</i>	5.0	400-500
<i>Rhizopus nigricans</i>	5.0	30-120
Yeasts		
<i>Candida krusei</i>	-	300-700
<i>Debaryomyces hansenii</i>	4.8	500
<i>Hansenula</i>	4.0	180
<i>Pichia membranaefaciens</i>	-	700
<i>Rhodotorula</i>	-	100-200
<i>Saccharomyces bayanus</i>	4.0	330
<i>Zygosaccharomyces bailii</i>	4.8	4500
<i>Zygosaccharomyces rouxii</i>	4.8	1000



กรดเบนโซอิก และเกลือเบนโซเอตเป็นสารที่นิยมใช้มาก สำหรับเป็นวัตถุกันเสียในอุตสาหกรรมอาหารหลายชนิด ทั้งเครื่องดื่ม น้ำผลไม้ อาหารหมักดอง รวมถึงใช้ สำหรับรักษาคุณภาพของเครื่องสำอาง และยาเสพติดด้วย



การใช้กรดเบนโซอิกในอาหาร

- อาหารประเภทเนยเทียม และไขมันแบบเดียวกับ ใช้ความเข้มข้น ประมาณ 1%
- ผักดอง และเครื่องเทศ ใช้ความเข้มข้นประมาณ 0.07-0.1% และอาจเติมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ 50-100 มิลลิกรัม/กิโลกรัมอาหาร เพื่อช่วยรักษาสีอาหาร
- มายองเนส น้ำสลัด ซอส ใช้ความเข้มข้นประมาณ 0.1-0.15%
- ไข่แดง และไข่เค็ม ใช้ความเข้มข้นประมาณ 0.1-0.5%
- อาหารที่สำเร็จรูปจำพวกปลาหรือปู ใช้ความเข้มข้น ประมาณ 0.02-0.1%
- น้ำผลไม้ ใช้ความเข้มข้นประมาณ 0.1-0.15%
- เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ใช้ความเข้มข้นประมาณ 0.025-0.035%
- แยม เยลลี่ ลูกกวาด และขนมหวาน ใช้ความเข้มข้น ประมาณ 0.1-0.2%

กรดเบนโซอิกส่วนที่เหลือจะรวมตัวกับ กรดกลัยควิโรนิก (Glycuronic acid) เป็นกรดเบนโซอิลกลัยควิโรนิก (benzoyl glycuronic acid) แล้วขับออกทางปัสสาวะ โดยปกติการขับกรดฮิพพิวริกออกจากปัสสาวะประมาณ 1.0-2.5 กรัม/วัน จากกรดเบนโซอิกที่บริโภคเข้าไป 0.7-1.7 กรัม/วัน

กรดเบนโซอิกมีฤทธิ์เป็นกรด สามารถระเหยกลายเป็นไอได้ เมื่อถูกความร้อน หากสัมผัสตาหรือสูดดมไอจะทำให้เกิดการระคายเคือง มีอาการแสบตา เชื้อบูกาาเดินหายใจระคายเคือง ส่วนการรับประทานกรดเบนโซอิกในปริมาณมากจะ ทำให้เกิดการปวดท้อง ท้องเสีย คลื่นไส้ อาเจียน นอกจากนี้ ยังทำให้ประสิทธิภาพการทำงานของตับ และไตลดลง หรืออาจพิการได้

การป้องกันเชื้อราในเครื่องจักรสาน

การป้องกันเชื้อราในเครื่องจักรสานมีวิธีการดังนี้

1. เตรียมชิ้นงานเครื่องจักรสาน หรือ ไม้ไผ่ที่ใช้จักสาน ให้สะอาด



2. เตรียมสารละลายโซเดียมเบนโซเอต



กรดเบนโซอิก (benzoic acid)

กรดเบนโซอิกสามารถยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ได้ จากการศึกษาพบว่าเมื่อเติมกรดเบนโซอิกลงในอาหาร จะสามารถยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ได้ โดยกรดเบนโซอิกจะออกฤทธิ์ได้ดีมากสำหรับยีสต์ และแบคทีเรีย แต่จะมีผลน้อยสำหรับราต่างๆ

ความปลอดภัย

กรดเบนโซอิกไม่มีการสะสมในร่างกาย เนื่องจากร่างกายสามารถกำจัดออกได้ดี จากกระบวนการกำจัดของร่างกาย ดังนี้

- กรดเบนโซอิก + โคเอนไซม์เอ (coenzyme A) → เบนโซอิลโคเอนไซม์เอ (benzoyl coenzyme A) โดยมีเอนไซม์ซิทเทส (synthetase) เป็นตัวเร่งปฏิกิริยา
- เบนโซอิลโคเอนไซม์เอ + กลัยซีน (glycine) → กรดฮิพพิวริก (hippuric acid) โดยมีเอนไซม์เอซิลทรานสเฟอเรส (acyltransferase) เป็นตัวเร่งปฏิกิริยา
- ขับถ่ายออกทางปัสสาวะ

3. ใช้น้ำทำการละลายสารในอัตราส่วนในปริมาณ
1000 มิลลิกรัม ต่อ น้ำ 1 กิโลกรัมในถังหรือบิกเกอร์



4. จากนั้นนำชิ้นงานเครื่องจักสานหรือตอก ที่ใช้จักสาน
ที่เตรียมไว้แช่ น้ำจากการเตรียมสารละลายโซเดียมเบน
โซเอต เป็นเวลาอย่างน้อย 1 ชั่วโมง



5. จากนั้นนำเครื่องจักสานออกมาผึ่งแดดให้แล้ว
6. สามารถนำมาจักสานเป็นชิ้นงานหรือจำหน่าย
7. ทำการทาลาแลคเกอร์ เพื่อความสวยงามหรือตกแต่ง
8. นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายหรือจัดเก็บรักษาในพื้นที่แห้ง ไม่เปียกชื้น



รูปผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่ที่สำเร็จแล้ว

บรรณานุกรม

- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2562). **Digital Marketing 6th Edition : Concept & Case Study (Update 2019 - 2020)**. นนทบุรี : บริษัท โอดีซี พรีเมียร์ จำกัด
- วนิดา สุพรรณเสถียร. (2547). **การจักสานผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ โครงการส่งเสริมการใช้ประโยชน์ไม้ไผ่จากแหล่งที่ยั่งยืนในประเทศไทย PD 56/99 Rev.1 (1)**. สำนักวิจัยเศรษฐกิจและผลิตผลป่าไม้ กรมป่าไม้. กรุงเทพมหานคร : หจก.อักษรสยามการพิมพ์
- ขวัญตา หทัยทัศน์. (2547). **การวิเคราะห์หาปริมาณกรดเบนโซอิกและกรดซอร์บิกในน้ำปลาด้วยเครื่องโครมาโทกราฟีของเหลวสมรรถนะสูง**. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. นครปฐม.
- จิราพรพรณี หุมมาลี. (2550). **การวิเคราะห์ปริมาณกรดเบนโซอิกและกรดซอร์บิกในน้ำพริกด้วยวิธีโครมาโทกราฟีของเหลวแบบสมรรถนะสูง**. ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. นครสวรรค์.
- ปิยาภรณ์ คำยิ่งยง. (2558). **การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านจากเศษไม้**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาระและการสร้างคุณค่า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี.
- เสาวภา ชูมณี. (2552). **การพัฒนาวิธีการวิเคราะห์หาปริมาณสารกันเสีย (กรดเบนโซอิก กรดซอร์บิก เมทิลพาราเบน และโพรพิลพาราเบน) ในอาหาร และเครื่องสำอาง โดยเทคนิคโครมาโทกราฟีของเหลวแบบสมรรถนะสูง**. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. เพชรบูรณ์.
- อวิดา ปกมนตรี และสุดาวรรณ สมใจ. (2561). **การเพิ่มมูลค่า การพัฒนาขีดความสามารถ และปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อ การตลาดอย่างยั่งยืนของสินค้าพรีเมียมโอท็อปจากผักตบชวา**. การบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. กรุงเทพมหานคร.
- การตลาดออนไลน์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ประเภทของสื่อออนไลน์ที่ใช้ทำกำไรโฆษณา**. (2560). [ออนไลน์] : เข้าถึงได้จาก <https://www.1belief.com/article/online-marketing>. (วันที่สืบค้นข้อมูล 20 มิถุนายน 2563).
- วิธีสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการให้เหนือกว่าด้วยนวัตกรรม**. (2561). [ออนไลน์] : เข้าถึงได้จาก <https://www.tris.co.th/articles-and-knowledge/1241>. (วันที่สืบค้นข้อมูล 20 มิถุนายน 2563).
- Harit Posanakul. **ตลาดออนไลน์คืออะไร? 2 วิธีวิเคราะห์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับคุณ**. (2562). [ออนไลน์] : เข้าถึงได้จาก <https://minimicegroup.com/การตลาดออนไลน์-สำคัญแก่>. (วันที่สืบค้นข้อมูล 20 มิถุนายน 2563).

ผู้เขียน/เรียบเรียง



ชื่อ-สกุล นางสาวณัฐมน ทรัพย์บุญโต
ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำหลักสูตรการตลาด
หลักสูตรการตลาด สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย
การศึกษา **ปริญญาโท** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บร.ม.) บริหารธุรกิจ (การตลาด)
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2552-2555



ชื่อ-สกุล นายสุริยงค์ ประชาเขียว
ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำหลักสูตรการตลาด
หลักสูตรการตลาด สาขาบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย
การศึกษา **ปริญญาโท** วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาฟิสิกส์ประยุกต์
มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีการศึกษา 2551



ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี
ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการธุรกิจ
หลักสูตรการจัดการธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย
การศึกษา **ปริญญาเอก** ปริญญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) การจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ.2549-2552



ชื่อ-สกุล นางสาวสริน จอห์นสัน
ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำหลักสูตรการตลาด
หลักสูตรการตลาด สาขาบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย
การศึกษา **ปริญญาโท** การตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พ.ศ. 2548 - 2551



ชื่อ-สกุล นางกนกอร จิตจันทงค์
ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการธุรกิจ
หลักสูตรการจัดการธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย
การศึกษา **ปริญญาโท** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร วิทยาเขตพะเยา



ชื่อ-สกุล นายกนกพงษ์ ศรีเที่ยง
ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำหลักสูตร
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย
การศึกษา **ปริญญาโท** สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีที่จบ 2555





การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การแปรรูป ผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่ และการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

ผู้เขียน/เรียบเรียง

อาจารย์ณัฐมน ทรัพย์บุญโต

อาจารย์สุริยงค์ ประชาเขียว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี

อาจารย์สริน จอร์นสัน

อาจารย์กนกอร จิตจำนงค์

อาจารย์กนกพงษ์ ศรีเที่ยง

จำนวน 31 หน้า

ปีพิมพ์ 2563

วางรูปเล่ม/จัดพิมพ์ สถาบันถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา



หนังสือความรู้จากหลักสูตรฝึกอบรม เรื่อง

การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การแปรรูปผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่และการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

ภายใต้โครงการผลักดันการนำผลงานทางวิชาการสู่การไปใช้ประโยชน์ ประจำปี 2563 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา





การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่
และการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย